PARLAMENTO
DEL URUGUAY
CÁMARA DE REPRESENTANTES
Secretaría

XLIX Legislatura

**DEPARTAMENTO
PROCESADORA DE DOCUMENTOS**

Nº 1632 de 2023

S/C Comisión de Turismo

RECIBIR AL SEÑOR MINISTRO DE TURISMO Y ASESORES

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 15 de noviembre de 2023

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Eduardo Antonini.

Miembro: Señora Representante Alexandra Inzaurralde Guillen.

Delegado de Sector: Señor Representante Carlos Malán Caffarel.

Asisten: Señores Representantes Gabriel Tinaglini y Nicolás Viera Díaz.

Invitados: Señores Tabaré Viera, Ministro; Remo Monzeglio, Subsecretario; Roque Baudeau, Director Nacional; Ignacio Curbelo, Director General de Secretaria; Escribano Álvaro Becker, Encargado de la División Contralor de Prestadores de Servicios Turísticos; escribana Doris Rodríguez, Gerenta de Planeamiento Estratégico en Turismo; economista Karina Larruina, Directora (I) de la División Desarrollo Operativo e Innovación; y Angelina Ríos, Asistente.

Secretaria: Señora Grisel Neira.

Prosecretario: Señor Guillermo Mas de Ayala.

=====II=====

SEÑOR PRESIDENTE (Eduardo Antonini).- Habiendo número, está abierta la reunión.

——La Comisión tiene el agrado de recibir al señor ministro de Turismo, señor Tabaré Viera; al subsecretario, señor Remo Monzeglio; al director nacional, señor Roque Baudean; al director general de Secretaría, señor Ignacio Curbelo; al encargado de la División Contralor de Prestadores de Servicios Turísticos, escribano Álvaro Beker; a la gerenta de Planeamiento Estratégico en Turismo, escribana Doris Rodríguez; a la directora de la División Desarrollo Operativo e Innovación, economista Karina Larruina, y a la asistente Angelina Ríos

Como figura en la convocatoria, invitamos al Ministerio para conversar sobre la planificación para el verano y para la temporada que viene; también para conocer un *racconto* -creo que está en el llamado- de qué pasó en esta temporada de invierno y qué medidas se fueron tomando, sobre todo con respecto a la diferencia cambiaria que tenemos con Argentina.

También tenemos un tema de agencias de turismo, cuyo material fue enviado al Ministerio.

Con el fin de ordenarnos, quizás sea mejor que se haga un pequeño *racconto* de lo que pasó en esta temporada de invierno y después entramos a la planificación.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Es un gusto estar en esta Comisión para hablar de los temas de turismo, que nos preocupan y nos ocupan a todos.

La verdad es que no traje presentación para lo que pasó en el invierno, porque no estaba en la convocatoria; estaba la planificación de la temporada 2023- 2024. De cualquier manera haremos un *racconto*, con mucho gusto.

Nosotros consideramos que el turismo se ha recuperado después de la pandemia; los datos que están publicados -lamentablemente no los tengo acá- muestran indicadores que realmente están en crecimiento, que vienen superándose año a año a partir del 2021 -de la apertura de las fronteras, poniéndose allí un comienzo de salida de la crisis de la pandemia- y hoy muchos de esos indicadores son superiores incluso al último año prepandemia, al 2019. Incluso las cifras de este tercer trimestre del año -las cifras de visitantes, del número de turistas que llegaron a nuestro país- son superiores, no solo a las del 2019, sino a las del 2017. Recuerden que nosotros nos fijamos como primera meta recuperar los niveles prepandemia, del último año que es el 2019, pero el 2019 no fue el mejor año de la década; ya venían bajando los indicadores y el mejor año había sido el 2017. En este tercer trimestre ya tenemos números a la altura y levemente mejores que en 2017. Esto en cuanto a ingresos de turistas, de visitantes.

También viene creciendo en forma interesante el movimiento interno, el turismo interno. Hoy contamos con herramientas -por un convenio que tenemos con Antel- que, a través de la movilidad de los celulares, nos indican un crecimiento en todos los departamentos; los departamentos que tuvieron más movimiento en lo que va de este año fueron Maldonado, Montevideo, Canelones y Colonia, pero todos vienen con un movimiento creciente.

Otro indicador que también está creciendo es el gasto por turista; viene en franco crecimiento. Lo que no crece es el gasto en la misma proporción que el número de turistas, de visitantes, y eso se explica fácilmente por el tema del poder adquisitivo de nuestros vecinos argentinos que, obviamente, está afectando.

Lo que también creció en forma histórica fue el turismo emisivo, básicamente hacia Argentina; tenemos cifras muy altas, históricas. Todos sabemos que eso se explica por la situación cambiaria y la relación de precios; con esto también ha subido el gasto en el extranjero.

Estamos muy preocupados por la variable en la que nosotros sí podemos influir, que es la del turismo receptivo; en el turismo emisivo no podemos incidir porque no podemos competir con la diferencia cambiaria con Argentina, y evidentemente las posibilidades económicas que hoy tienen los uruguayos les permiten no solo viajar a Argentina sino también a otros destinos en el mundo. El uruguayo viaja. Lo importante es que si viaja también haga su vacación en el Uruguay, y eso está creciendo.

El turismo de cruceros no solo se ha recuperado, sino que está batiendo récords; vamos a hablar del futuro, pero la temporada pasada fue récord en los últimos ocho años, con un gasto también importante. Llegaron 340.000 turistas, 60 % de origen brasileño. Este es un indicador más de la importancia que hoy tiene para la planificación futura el mercado brasileño; tenemos una potencialidad allí enorme.

Llegaron 187 buques que hicieron escala, 201 barcos en total. Descendió gente; por suerte, varios empezaron a quedarse alguna noche, alargando su estadía.

El turismo reunión y de eventos es un subsector que ha venido creciendo muchísimo.

El sector se ha diversificado; quizás, como pasa siempre, la crisis le dio oportunidades a mucha gente a conocer el Uruguay y apreciarlo, y con él creció también y se diversificó la oferta turística, sobre todo la oferta rural, con lo cual no creemos que el sector tenga todo resuelto, porque siempre hay para crecer y mejorar. Siempre hay subsectores que tienen algunas dificultades; algunos todavía no se han podido recuperar totalmente de los efectos de la crisis y estamos trabajando conjuntamente con los gobiernos departamentales, con las cámaras para tratar de apoyar, como siempre, al desarrollo y a la calidad de los servicios.

En definitiva, la inversión turística continúa siendo interesante; estamos más o menos en los niveles promedios de los años anteriores.

Esto como pantallazo general de la situación.

En lo que va del año, al 30 de setiembre, ya hemos superado la cantidad de turistas que ingresaron en todo el 2022, con lo cual claramente vamos a cerrar por arriba del 2022, bien por arriba, y apostamos ahora todo a la temporada que lanzamos el 17 -y que obviamente fueron invitados todos- en La Paloma.

No sé si hay alguna duda o paso a hablar de la planificación.

SEÑOR PRESIDENTE.- Tengo una duda, señor ministro.

Usted dijo recién que este año superamos al 2022 en lo que va de este año.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Sí, en números de visitantes.

SEÑOR PRESIDENTE.- Pero que este año era superior al 2017.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- No. Tenemos algunas cifras que son superiores. Por ejemplo, el tercer trimestre -como usted sabe, el Ministerio evalúa por trimestre- de este año, el último evaluado, fue superior al tercer trimestre del 2017.

O sea, en general estamos a la altura o superando el 2019, y el último trimestre fue superior a 2017; vamos a ver si esa tendencia continúa.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero saber si se dieron incentivos para el turismo interno para esta temporada y si se hizo promoción con Uruguay como destino para el turismo interno.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Sí a las dos cosas.

Se dieron beneficios a los uruguayos, que radicó en la exoneración de IVA en la hotelería, devolución de IVA en la gastronomía, del 9 %, en el arrendamiento de vehículos y, por otro lado, está en marcha "Turismo para todos" que si bien es un programa social trata precisamente de incentivar, ayudar y sostener al sector turístico, sobre todo al más pequeño, que es el que más sufre en estas épocas del año.

En materia de promoción, se hicieron campañas, en la región y en el exterior, en los medios locales, sobre todo en la programática digital, y se desarrolló el turismo de eventos, que ha sido bastante importante en todo el país; los grandes congresos se hacen, básicamente, en Punta del Este, Maldonado, Montevideo, pero los diecinueve departamentos han tenido eventos que convocaron a mucha gente, y es un atractivo.

Estamos con la agenda llena de lanzamientos todos los días de la semana; todos los días hay algún lanzamiento que hacemos conjuntamente con las intendencias y los organizadores.

Así que sí, se ha hecho promoción, se ha dado incentivos y generado este producto que viene dando buenos resultados y por ese camino pensamos seguir.

SEÑOR PRESIDENTE.- No vamos a debatir; estamos recibiendo la información en este momento.

Usted nombró el programa "Turismo para todos". ¿Tenemos cifras de cantidad de personas que se han movido en 2022 y 2023?

SEÑORA LARRUINA (Karina).- En los primeros días de octubre de este año -que es el último cierre que tuvimos-, el programa específico hoy en funcionamiento -que es el programa de jubilados y pensionistas- está dirigido a jubilados de las distintas cajas -ya sea Banco de Previsión Social, como de otro tipo- que cobren menos de 6 BPC, en el entorno de unos $ 30.000.

Siete agencias de viajes se han adherido al programa; la adhesión es voluntaria, presentando propuestas de paquetes turísticos.

Esas siete agencias están en todo el país, pero hay agencias más pequeñas, como Real Bus -una agencia de Carmelo- o más grandes, como ANDA, que tiene sedes en todo el país.

Hasta esa fecha se habían aprobado 182 paquetes, tanto de paseos por el día, como paseos con alojamiento, que tienen origen y destino en todo el país, porque hay mucho viaje origen destino interior y también origen Montevideo.

A los primeros días de octubre había 27 propuestas vigentes que se podían comercializar y habían sido beneficiadas más de 1.350 personas. Estamos hablando de jubilados y un acompañante, que perciben un subsidio de entre el 25 % y el 40 %; la agencia elige, de acuerdo con su espalda financiera, cuánto quiere que el Ministerio subsidie por determinado paquete. El que recibe el pago del subsidio es la agencia de viajes con presentación de documentación probatoria de que efectivamente realizó el viaje y que la persona es objeto de ser beneficiario. El trámite de pago se realiza a través de la CND; transferimos los fondos a la Corporación Nacional para el Desarrollo para garantizar la transparencia del mismo, previa orden o autorización de la dirección para el pago.

SEÑOR BAUDEAN (Roque).- Simplemente, quiero hacer una aclaración.

Ustedes se pueden preguntar cómo hay 180 propuestas cuando los que viajaron son 1.300. Lo que pasa es que muchas veces las excursiones van con 40 personas, pero los que van subsidiados son 5, 8, 10 o 13.

Quería decir eso para que quede bien claro.

(Interrupción de la señora Karina Larruina)

SEÑOR PRESIDENTE.- Si los diputados y diputadas no tienen preguntas sobre el tema de la temporada pasada, pasamos a la planificación de la temporada 2023- 2024.

(Se acompaña la exposición con una presentación Power Point*)*

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Vamos a hablar de las principales acciones para esta temporada planificadas y puestas en marcha -diría yo- por el Ministerio, que son las que están en pantalla: medidas de apoyo a la competitividad; diversificación de la oferta; fomento al desarrollo de infraestructura y servicios turísticos; acciones promocionales, acciones inclusivas y transversales, y formalización del sector, que nos va a dar pie para hablar del último punto.

En cuanto al apoyo a la competitividad, destacamos los beneficios a los turistas. A lo largo del año se brindan distintas exoneraciones y beneficios para los turistas no residentes, como es el caso del IVA cero en hoteles y alojamientos; la devolución de 9 puntos del IVA sobre los servicios gastronómicos pagándose con tarjeta, cosa que ahora además va a ser también extendido, por ejemplo, a los brasileros que pagan con los famosos PIX -los pagos electrónicos directos que aprobaron en la rendición de cuentas; es una pena que entre en vigencia recién el 1º de enero- ; la devolución de 10,5 % del importe bruto del alquiler turístico siempre que se hagan a través de inmobiliarias.

Como ya habíamos mencionado, para los residentes se ofrecieron beneficios de hotelería, entre otros. Hoy tengo una reunión justo antes del acuerdo que tengo con el presidente de la República; se dio así, pero confiamos en que nuestras propuestas de mantener este tipo de beneficios sea aprobada, lo que va a requerir ley. Además, se mantiene el descuento de 9 puntos del IVA para uruguayos en gastronomía, arrendamiento de vehículos y servicios de arrendamiento. A esto hay que agregar los beneficios que se otorgan en la frontera, donde se implementa el descuento de combustible, de naftas pagado con tarjetas de crédito en un radio de 20 kilómetros de esta frontera, un 40 % en las fronteras con Argentina y 24 % en la frontera con Brasil. Ustedes saben que en esta última rendición de cuentas aprobaron una partida adicional de $ 20 millones para el fomento del destino termas que ya estamos planificando y viene muy bien para un destino que está particularmente complicado por la competencia con Argentina y por su situación de frontera.

La conectividad es un capítulo fundamental para el desarrollo del sector. Hoy, Uruguay está conectado con trece destinos mediante once líneas y hay algunas novedades para la temporada. Estamos entre el 91 % y 92 % de las frecuencias que teníamos antes de la pandemia.

Le cedo la palabra al señor subsecretario.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO.- En rigor, el último dato difundido es 88 % creciendo.

Ayer tuvimos el lanzamiento de Latam que como línea aérea regional superó la cantidad de vuelos y los va a incrementar acá en Uruguay. A su vez, anunció -esto es una buena noticia- una unión con la línea aérea Delta de Estados Unidos que va a llevar a los

uruguayos a través de Latam hacia Lima, Santiago, prácticamente hacia cualquier ciudad de Estados Unidos y de Canadá y otros destinos.

Pensamos que el crecimiento va a ir en el orden del 91 % en temporada. Con Sky Airlines ya se puede llegar prácticamente al 100 % de la prepandemia.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Hay algunas novedades para la temporada como la anunciada por Aerolíneas Argentinas con vuelos directos a Bariloche y a Mar del Plata a partir de enero.

Por otro lado, Sky Airlines, empresa chilena, retoma la operativa con Uruguay a partir de enero con frecuencias semanales a Lima, Santiago de Chile, Salvador, Bahía y Florianópolis. Los destinos son Estados Unidos, Miami, que lamentablemente sigue siendo temporalmente cubierta por American; España, Madrid; Panamá que es nuestro gran *hub* de salida hoy con veintiún frecuencias semanales, tres por día; Paraguay, Asunción; Colombia Bogotá; Chile, Santiago de Chile; Perú; Brasil, San Pablo, Porto Alegre, Recife, Río de Janeiro, Curitiba, Salvador, Bahía, Florianópolis, y Argentina, Buenos Aires. Las aerolíneas a saber son once: Iberia, Air Europa, Copa Airlines, Paranair, Latam, Gold, Aerolíneas Argentinas, Jet Smart, Avianca, Azul, American Airlines y Sky a partir de enero.

Particularmente, en el aeropuerto de Laguna del Sauce tenemos tres aerolíneas operativas que conectan la región. Las novedades para la temporada Paranair es ir en tres vuelos semanales directamente desde Laguna del Sauce a Asunción de diciembre a febrero; Aerolíneas Argentinas puso veintiún frecuencias semanales desde Aeroparque a ese aeropuerto y Azul seis frecuencias semanales desde San Pablo y Porto Alegre de diciembre a marzo.

En cuanto a los cruceros, ahí están los datos de los que hablábamos hoy: 187 cruceros, 320.000 personas descendidas que gastaron más de US$ 16 millones. Como les decía, el 60 % de los turistas que viajaron en estos buques son de origen brasileño. Ustedes saben que son muy importantes para nosotros; ahí siempre hay algún debate de cuánto gastan y cuánto sirve el turismo de cruceros. Para nosotros es muy importante, los US$ 16 millones lo indican. En un rato bajan y comen algo, compran algún *souvenir* o hacen alguna compra; algunos ya empezaron a quedarse en la noche a trasnochar. Opera como operan los eventos en general, los congresos: mucha gente viene por primera vez, conoce el país, se baja en Montevideo o en Punta del Este, le gusta, le encanta y vuelve después a hacer su vacación con la familia. Así que para nosotros es una actividad a promover.

Por eso, de hecho nos hemos ocupado particularmente; el señor subsecretario ha participado en las principales ferias de crucerismo como la Seatrade de Miami, en Hamburgo, y allí se ha concurrido con operadores privados cerrando una cantidad de negocios y de perspectivas a futuro.

Traje lo que van a ser las escalas previstas de buques, cruceros para esta temporada que ya empezó -felizmente, ya empezaron a llegar los buques-, una temporada que se extiende hasta el 29 de abril, 6 meses de temporada.

Ustedes saben que las escalas previstas no se pueden tomar textual porque después pasan cosas o hay un temporal y las navieras lo alteran a veces sobre la marcha por distintas razones, sobre todo climáticas, y algunas no se concretan, pero hay 141 escalas previstas en el puerto de Montevideo para esta temporada y 74 escalas para Punta del Este. Esto es bastante más que la del año pasado.

Le voy a ceder la palabra al señor subsecretario para que les hable también de algunas novedades que todavía no podemos anunciar como un hecho, pero que tienen buenas perspectivas.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO.- En rigor, el crucerismo está aumentando en Uruguay y está aumentando en todo el mundo.

Como noticia positiva bastaría decir que de todo el crucerismo mundial lo que llega a Sudamérica es el 2 %. Esto habla de todo lo que tenemos para crecer y, por eso, hemos cargado la batería muchísimo para fomentar este tipo de turismo.

Como bien dijo el señor ministro, la temporada empezó con un barco y justamente se dio la característica que usted mencionaba: hubo un temporal, tenía que llegar un viernes a Punta del Este, obviamente no llegó y en el puerto de Montevideo se le dio el ingreso la noche de ese viernes. El día sábado ingresaron 160 pasajeros a ese barco de 228 cupos de ultralujo. Estuvimos allí sobre todo para conversar con los pasajeros que estaban embarcando, que eran fundamentalmente australianos e ingleses. Hablamos con algunos que pasaron tres noches en Montevideo, específicamente, en el hotel Hyatt. Todo esto no está reflejado en ese monto que manifestaba el señor ministro; por lo tanto, el ingreso del crucerismo es bastante mayor a los US$ 16.400 millones que se señalan allí. Evidentemente, ese crecimiento nos ayuda mucho por dos cuestiones que hemos propuesto a las compañías navieras. Como bien decía el ministro, una de ellas es la pernoctación que nos ayuda con noches de hotel, pero otra fundamental es la captación de personal uruguayo capacitado aquí al punto de que la compañía Carnival, dueña de otras 9 compañías de cruceros, ya tiene previsto el reclutamiento de personal de aproximadamente 450 personas aquí en Uruguay. Eso se le ha comunicado a las veintitrés instituciones que capacitan personal en turismo, hotelería, gastronomía y todos los servicios relativos, porque entendemos que es un hecho que puede darnos mucha fidelización con esas cadenas e ingresos para compatriotas. Obviamente, va a ser más que bienvenido.

Venimos trabajando hace dos años en el turismo fluvial. Hay que aclarar que la primera intención del turismo fluvial vino a nosotros, vino al encuentro un barco muy puntual que generalmente traslada mil cruceristas. Allí hicimos los estudios de batimetría, las mediciones del suelo fluvial -las últimas se habían hecho hace un poquito más de una década- para asegurarnos cómo hacer el ingreso en Colonia del Sacramento; ellos están interesados en Colonia del Sacramento. Los estudios de batimetría culminaron y no difieren demasiado con las de hace algo más de una década.

En estos momentos con esa batimetría se están haciendo las cartas náuticas, otro elemento fundamental para que las navieras puedan estudiar la posibilidad de llegar a Colonia del Sacramento.

Lo bueno es que se interesaron cuatro navieras más. Obviamente, este crucero de mil personas no podría llegar. Por eso está casi descartado; llega pero el traslado en los *tenders*, que son los barquitos que los bajan, demoraría 25 minutos y eso es mucho para ellos. Así que esa estaría prácticamente descartada por la demora.

Hemos contactado a cuatro compañías, de las cuales dos son francesas; una es la Ponant que acaba de llegar la semana pasada con un barco que se llama Le Lyrial, que va a la Antártida y tiene las condiciones adecuadas para llegar a Colonia del Sacramento, es decir, una profundidad no mayor a 5,50 metros con su barco, con su quilla. Por lo tanto, en estos momentos tiene todas estas batimetrías y muy pronto tendrá las cartas náuticas *agiornadas*. Esperamos que no en esta temporada, sino en la otra tengamos por primera vez un crucero llegando a Colonia del Sacramento.

(Interrupción del señor representante Nicolás Viera Díaz)

——Lo que permite un barco de esas características sería 5,50. ¿Qué sucede? Uno va aprendiendo que no es solamente el calado y a dónde va a llegar, sino que tiene que tener una rotación suficiente. De ahí la importancia de las cartas náuticas además de la batimetría. Por eso, la Armada y la Administración Nacional de Puertos se han ofrecido y hemos mandado las batimetrías *agiornadas* y las viejas cartas náuticas mientras se hacen las nuevas, además de que existe la posibilidad de hacer consultas puntuales si ven algo que les genera alguna duda.

Ellos son los interesados y nos están pidiendo permanentemente la información. Hay un interés real de cuatro compañías navieras.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Continúo.

Respecto a los festivales y eventos, había hecho mención a la importancia que para nosotros tiene este sector.

Se han hecho varios conciertos en el marco del programa Uruguay A Toda Costa y están previstos para esta temporada más de veinte, así como el apoyo a festivales y espectáculos; muchos de ellos ya están promocionados; se hacen con los gobiernos departamentales, con algunos promotores privados.

En ese sentido, continúa el fondo de fomento de actividades vinculadas al desarrollo y apoyo a esta festividades culturales, deportivas, festivales folclóricos, carnaval, todo ello. Se trabaja mucho en la captación de eventos para todo el año. En conjunto con actores privados se captaron cinco congresos grandes, mientras que para el 2024 ya están captados y confirmados tres.

Se trabaja al respecto con las cámaras, con la Asociación Uruguaya de Organizadores de Congresos y Afines (Audoca); también se trabaja en programas como el Programa Embajadores. Esto muchas veces no se conoce. Con el Programa Embajadores tratamos de trabajar con quienes participan en congresos, reuniones, eventos, corporaciones públicas y privadas, educativas, para hablarles un poco de este tema, de manera de transformar, precisamente, en embajadores de Uruguay a quienes comúnmente concurren a este tipo de actividades en el exterior y así ver quiénes pueden tener la posibilidad de proponer a Uruguay para sede de un próximo evento. Incluso, tenemos un producto que está a disposición de quienes puedan realmente promover a Uruguay; se les paga los gastos del pasaje y la asistencia técnica para tratar de candidatear a Uruguay para sede de este tipo de eventos.

Esta actividad es muy importante. Según lo dicen los técnicos -yo repito lo que dicen los técnicos, pero es verdad- el gasto del turista que viene para un evento es de tres a cinco veces mayor que el de turismo de ocio. Además, tiene esa gran virtud de hacer venir gente que, de pronto, no vendría a Uruguay y que cuando viene, conoce, le gusta y vuelve después como turista con su familia. Algunos, incluso, después terminan haciendo inversiones.

En cuanto a la infraestructura turística, con el fin de mejorar y desarrollar nueva y mejor infraestructura que impacte en el sector, se prevé hacer con los distintos gobiernos departamentales -con todos ellos- una inversión por más de $ 17.000.000 para el 2024, más o menos en esas temáticas: mejora de cartelería, construcción de accesos accesibles a playas, quebradas, etcétera -ahora se está trabajando en algunos de esos accesos accesibles, aunque parezca contradictorio, en algunas quebradas como la Quebrada de los Cuervos o el Valle del Lunarejo-, remodelación de algunos atractivos, mejora de algunos complejos.

También se desarrollan fondos concursables; yo soy un fan de los fondos concursables, porque realmente motiva a que la gente lleve su idea a un proyecto, se presente y tenga la posibilidad de acceder a estos fondos que, en general, los trabajamos conjuntamente con ANDE, financiados con el programa Banco Interamericano de Desarrollo. Muchos acceden a fondos que son bien importantes. Y otros, con el proyecto pronto, también van a buscar la forma de ponerlo en marcha, de ejecutarlo; buscaremos también las posibilidades de ayudarlos si no fuera del caso que ganaran los fondos para los cuales se presentaron.

En cuanto a las acciones promocionales, tenemos una partida anual presupuestal asignada para nuestro Inciso de $ 16.000.000, que se ejecuta a través de la Dirección Nacional de Turismo, Unidad Ejecutora 03. También tenemos algunos otros rubros. En definitiva, las acciones se realizan a través de distintos medios, tanto los tradicionales como en línea. Hoy, la publicidad digital, sobre todo la programática, es muy eficiente en términos de costo- llegada. Ahí utilizamos todas las herramientas tecnológicas que hoy ofrece el mercado.

Participamos en ferias y *workshops*, tanto en el país como en la región y fuera de la región.

Hemos hecho una práctica de lanzamientos por temporadas. Es así que lanzamos al inicio de cada temporada -otoño, invierno y verano, fundamentalmente- una pieza publicitaria. En este caso, estamos terminando sobre la hora y por eso no les puedo mostrar la pieza publicitaria central de la campaña del verano; los temas de licitación y burocráticos a veces llevan a que los tiempos estén muy arriba. La están terminando.

Estamos trabajando en una guía de inversiones turísticas, conjuntamente con la Organización Mundial del Turismo y la CAF; precisamente, en febrero se va a hacer la presentación. El señor director general está trabajando en eso con algunos técnicos y nos parece que va a ser un muy buen aporte.

SEÑOR CURBELO (Ignacio).- Efectivamente, como menciona el señor ministro, Uruguay está manteniendo una relación muy estrecha con la Organización Mundial del Turismo, a raíz de su calidad de Estado miembro y de su trabajo con el Código Internacional para la Protección de los Turistas, al cual se ha adherido.

En ese marco, la CAF ha celebrado un convenio con la Organización Mundial del Turismo para financiar el diseño, la edición y la publicación de las guías de inversiones de algunos países, por ejemplo, Colombia y República Dominicana, que ya están publicadas. Uruguay ha sido seleccionado, a través de este convenio, para que también pueda tener su guía de inversiones.

Así que venimos trabajando intensamente con la Organización Mundial del Turismo y con el equipo del Ministerio, por ejemplo, la economista Larruina, que está presente.

Nos hemos nutrido de información, obviamente, no solo de nuestro Ministerio; es una guía de inversiones turísticas, pero también comprende indicadores macroeconómicos del país en general. El turismo, como sabemos, es una actividad que está relacionada con muchos otros aspectos. Entonces, tenemos desde inversiones verdes hasta temas que son más propios del turismo. Es una guía muy extensa, con cinco capítulos, donde se explican todos los incentivos que Uruguay ofrece a los inversores para invertir en el país, las condiciones de nuestro país, su estabilidad jurídica, social, democrática, etcétera.

También se ha solicitado a todos los gobiernos departamentales que informen sobre proyectos de inversión públicos o privados que pudieran tener en sus departamentos. La

verdad es que no hemos recogido mucho; eso lo solicita la guía. Es una buena oportunidad para dar a conocer al mundo qué posibilidades de inversión hay acá. Hemos insistido con los gobiernos departamentales; hemos recibido devoluciones de dos o tres, no más; nos hubiera gustado tener mucho más, pero tenemos que cerrar la guía en los próximos días. Pensamos en un gran evento de lanzamiento, como merece la importancia del tema para el país; estamos coordinando para el mes de febrero.

Gracias.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Acá tenemos una idea de las ferias en las que participa el Ministerio y Uruguay; algunas son tradicionales y el país ha estado siempre en ellas, son las principales ferias.

En estas ferias hemos decidido participar y se está trabajando al respecto, porque ir a una feria requiere todo un proceso de preparación; hay que definir a cuáles vamos -porque ferias hay todos los días-, de qué manera y con qué objetivo, con invitación a privados, por supuesto, y a varios operadores. O sea, para tener éxito en las ferias no solo se debe concurrir, sino también preparar la participación previamente.

Acá tenemos parte del Plan 2024, de enero a mayo. Estas son las ferias a las que vamos a concurrir; en todo caso, les dejamos esta información. Algunas son ferias generales de turismo y otras son más especializadas de turismo. El director me acota que a esto hay que sumar los *workshops* y rondas de negocios, que nos vienen dando un resultado extraordinario. Lo estamos haciendo conjuntamente con la Cámara Uruguaya de Turismo y con los gobiernos departamentales que nos quieran acompañar. En un par de días se presenta el país en toda su variedad y oferta turística y, por supuesto, se va preparado de antemano y se cierran allí varios negocios directos entre operadores uruguayos y operadores del lugar al que vayamos.

SEÑORA RODRÍGUEZ (Doris).- Esto se ha hecho en Colombia -principalmente en Bogotá-, México, Estados Unidos -Miami, Chicago-, Brasil y Argentina.

Como dijo el señor ministro, esto se hace conjuntamente con la cámara; se hace un llamado a operadores privados y a intendencias, pero con más énfasis en el sector privado, porque además de hacerse allí una presentación pública de la promoción de lo que es Uruguay, los operadores turísticos tienen la posibilidad de hacer un *networking* con los operadores privados de esos lugares.

Nos pareció muy importante ubicar estos destinos para diversificar el mercado. En Colombia y México hay un poder adquisitivo muy alto y allí realmente vimos que desconocían muchísimo Uruguay. Los operadores privados vinieron muy contentos y, de hecho, Avianca ya está haciendo una capacitación con operadores nuestros para los mismos que operan la línea. Eso es importante, porque si no conocen Uruguay, no se lo puede vender. Las líneas aéreas también participan en estas acciones promocionales porque, obviamente, es importante ir adonde tenemos la conectividad, y tanto Avianca, como Copa y Sky son líneas que se han puesto al hombro la promoción, junto con el Ministerio, y ese es el éxito que estamos teniendo.

SEÑOR BAUDEAN (Roque).- Creo que a Doris le faltó nombrar a Paraguay y Chile, con los que estamos haciendo varias cosas.

También es importante decir que con respecto a algunos mercados de lugares con los que no tenemos conectividad directa, como es el mercado mexicano, por ejemplo, estamos haciendo cosas, porque hay mucho ingreso de mexicanos al Uruguay. También se da que más del 50% ingresa por el departamento de Colonia, no por el Aeropuerto Internacional de Carrasco; el ingreso extrarregional, generalmente, se da en Ezeiza.

Entonces, precisamente, para captar el mercado extrarregional se hacen acciones en Buenos Aires.

También quiero mencionar -porque es importante- que tanto en materia de *workshops* promocionales como en publicidad o en promoción se dan acciones que de pronto no están planificadas. Ante la apertura de una línea regular, sobre todo de un vuelo regular, tenemos que acompañar y hacer esas campañas, ya sea de publicidad o las actividades promocionales en materia de acciones de *workshops* o de otro tipo para acompañar el mercado.

Solo quería hacer esa aclaración.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Además, en promoción, seguimos trabajando a nivel de los ministros del Mercosur. La propuesta ya aprobada tiene el propósito de hacer promoción conjunta, sobre todo en los mercados más alejados. Es impensable vender Uruguay -y yo creo que cualquier país- aisladamente a China, Arabia Saudita u otros países alejados de muy buen poder adquisitivo y con un mercado gigante. Es una decisión ya tomada, pero a veces los detalles llevan tiempo, sobre todo cuando involucra a varios países; siempre alguno está cambiando de gobierno y vienen nuevos ministros. La semana que viene tenemos una nueva reunión de ministros en Foz de Iguazú; tuvimos una previa -ya que nos encontramos en la Asamblea General de la OMT- y avanzamos bastante en la decisión y ya nombramos algunos representantes de cada país. Se está trabajando ya en el diseño de la marca, que va a ser "Visite Sudamérica". Se está diseñando esa marca y vamos a diseñar una promoción conjunta. En ese marco luego se comercializarán los paquetes que incluyan circuitos en todos los países.

SEÑORA RODRÍGUEZ (Doris).- Con respecto al encuentro de ministros del Mercosur, como bien decía el ministro, se generó esa marca, que se llama "Visit South América" y que abarca un poquito más que los miembros de Mercosur, porque se mandaron cartas de adhesión a Colombia para ver si ellos querían participar y dijeron que sí, que con mucho gusto.

Esto apunta a mercados lejanos. Tenemos tres propuestas, tres ítems: la ruta de naturaleza, que compartimos con Argentina y Brasil; la ruta oceánica, que es la del río Uruguay y algunas rutas de naturaleza -que es la oceánica también-, y después tenemos el Camino de los Jesuitas, que es un proyecto que venimos trabajando desde el 2015, pero que se está consolidando para trabajarlo con esa marca porque, obviamente, no van a venir solo a Uruguay, sino que acá participa Argentina, Brasil y Bolivia.

Cuando queremos hacer una promoción conjunta a veces tenemos que ver cómo enfatizamos esos fondos y que esos fondos puedan ir a un fin común, por temas de normativa de cada uno de los países. Entonces, también se está buscando la figura para generar un fondo que permita potenciar esto. El Camino de los Jesuitas ya tiene una página web; el dominio lo tiene Paraguay y la gestión, hasta el 31 de diciembre, la trabaja Argentina.

También en esta reunión que vamos a tener en Foz de Iguazú se van a tratar temas de frontera. Esto es muy importante porque para generar los lazos de promoción turística de estos paquetes también hay que facilitar el tema fronterizo, además de una cuestión que nos compete y en la que el Ministerio está trabajando, que es la trata de niños, niñas y adolescentes.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En cuanto a las acciones transversales de accesibilidad, podemos decir que el Ministerio trabaja mucho con la unidad de género y con los temas de accesibilidad, de sostenibilidad, de inclusión, en esas acciones

transversales con otros organismos, con otros ministerios, con instituciones públicas y privadas.

Para el 5 de diciembre tenemos previsto, en el Auditorio de CAF -les dejamos la invitación verbal, pero se las enviaremos por escrito-, la realización del foro de turismo inclusivo "Sin barreras ¡Sin excusas!".

El objetivo fundamental sería avanzar en la accesibilidad de los servicios turísticos privados. Justamente, realizaremos el foro en la sede de la CAF -que en varios de los eventos a los que hemos concurrido ha manifestado su disposición y disponibilidad de recursos no solamente para el financiamiento de proyectos públicos, sino también privados- porque hay una cantidad de hoteles y de sitios privados a los que les falta invertir en accesibilidad. El objetivo de este foro es hablar del tema, profundizar en las políticas públicas pero también dar a conocer ese tipo de cosas y posibilidades de acceder a fondos que nos mejoren la accesibilidad.

Por otra parte, les cuento que se aprobó la segunda edición del Fondo concursable para apoyar circuitos turísticos accesibles, tanto para públicos como para empresas privadas; es un fondo de $ 2.500.000. Ese día vamos a estar dando cuenta del resultado del concurso y otorgando los premios o los fondos.

Les había hablado, al principio, del programa Turismo para Todos, y acá les doy una primicia absoluta: va a seguir funcionando el Subprograma Jubilados y Pensionistas, que fue el primer subprograma de turismo social que lanzamos. Ya existía antes de la pandemia un programa de turismo social; este tiene algunas pequeñas diferencias, porque hay que aprovechar la experiencia para tratar de corregir algunas cosas o de mejorarlo. Básicamente, la diferencia está en que no lo organiza el Ministerio, sino que solo otorga el subsidio. Había una queja, por así decirlo, de los operadores privados en el sentido de que el Ministerio se transformaba en un agente de viajes y competía con ellos. Bueno, por eso lo abrimos a que lo operaran las propias agencias de viaje. El subsidio está entre el 25 % y el 40 % del costo del viaje; decía hoy el director general que es según la espalda de la agencia, porque, claro, primero brinda el servicio y después lo cobra, y tiene que tramitar ese subsidio habiendo hecho el gasto.

La novedad en este subprograma es que lo vamos a lanzar en el mes de febrero, porque tiene un doble objetivo: un objetivo social, pero también el de promover el turismo interno. Como decía, lo vamos a lanzar para el mes de febrero, obviamente, después de la temporada alta. El público objetivo serán trabajadores dependientes e independientes con ingresos menores a 9 BPC, y el subsidio va a ser equivalente al 50 % del alojamiento en hoteles registrados que, a su vez, adhieran al programa. Ya vamos a estar haciendo este lanzamiento, es la primera vez que lo hacemos público; lo vamos a anunciar, por supuesto, el 17. Creo que esto va a ser un aporte social y, por otro lado, de sostenimiento, de apoyo al sector privado, sobre todo a los hoteles de dos y tres estrellas, que están todavía teniendo problemas de recuperación.

El siguiente punto es la formalización del sector y el registro de prestadores turísticos. Esto también da pie para que hablemos del siguiente tema. Se está trabajando muchísimo -nos acompaña el jerarca de la dependencia de registros- en promover, facilitar y ayudar a que los operadores estén registrados, estén regularizados. En ese sentido, se han hecho acciones concretas, como la apertura de oficinas móviles y la instalación de oficinas en el interior, gestionadas por la propia división: se han abierto en Colonia, Atlántida, Punta del Este y Florida y se va a continuar con esta práctica. Esto es con costo cero; en realidad, es con costo licuado, porque nunca hay costo cero.

Se vienen haciendo visitas a distintos departamentos para desarrollar las rondas de reuniones con operadores del sector, registrados y no registrados, con el propósito, justamente, de informar y asesorar a los empresarios sobre los beneficios de las garantías y de las flexibilidades que se han implementado para que se integren al registro del Ministerio.

Se ha creado una forma de comunicación masiva telefónica, se han mejorado los trámites en línea y se ha logrado la simplificación de los formularios e instrumentos registrales que deben presentar los prestadores; se ha simplificado muchísimo en ese sentido. Se crearon nuevos registros, como el registro de los *free shops,* que es un nuevo sector, y de organizadores integrales de eventos y servicios de infraestructura técnica turística. Se han incluido en los registros del turismo aventura los parques temáticos y las escuelas de surf. En el alojamiento se incluyó la modalidad de *glamping,* que está creciendo bastante, *camping* con *glamour.* Tienen mucho *glamour*, sin duda, y cuestan caro.

(Diálogos)

——Sobre todo, se trabajó mucho -fue un gran trabajo que hicieron el escribano Beker y su equipo y la Dirección General- en los decretos que refieren a la renovación de garantías de funcionamiento de las empresas del transporte turístico y de agencias de viaje, en otro decreto que eliminó y modificó algunos trámites registrales, como la obligación de presentación del libro de quejas, así como también se eliminó la estacionalidad registral de las inmobiliarias; todo ello tiende a facilitar la vida, flexibilizar la burocracia y hacer accesible, conveniente y fácil el registro de los operadores, que tanto bien le hace al sector y a los propios operados.

SEÑOR BEKER (Álvaro).- Brevemente, voy a hacer un complemento a lo que ya dijo el señor ministro.

Desde que ingresamos nos encontramos con un registro -la Ley N° 19.253, de turismo, crea el Registro de Operadores Turísticos- que estaba bastante alejado de la realidad en cuanto al número de operadores turísticos. A pesar de la precariedad en cuanto a la cantidad de funcionarios que tiene todo el Ministerio, especialmente el área de Registro de Operadores -tema que ya hemos planteado cuando se hizo la exposición en la Rendición de cuentas; el registro cuenta con cuatro funcionarios, al día de hoy, para manejar a todos los operadores del país-, implementamos varias cuestiones. Nos pareció que lo primero que debíamos hacer era tratar de acercarnos un poco más a los distintos operadores, registrados y no registrados. Para ello instalamos cuatro oficinas, que están en Colonia, Canelones, Maldonado y Florida. Todo con costo cero, como decía el ministro. En Maldonado, estamos en la Liga de Fomento todos los días martes, la verdad que con un éxito que colmó totalmente las expectativas; en Colonia, estamos yendo al BIT dos veces por mes, también con muy buen éxito, y a Florida y a Atlántida -básicamente por Canelones- estamos yendo entre una y dos veces por semana. Lo hacemos con funcionarios que son de la oficina central; o sea que tenemos que movilizar gente del Registro para que vaya a hacer ese tipo de operativa registral. Complementamos esto, para el resto del país, con charlas. Por ejemplo, elegimos dos o tres localidades de un departamento; muchas veces trabajamos con el sector de Planeamiento, en el que está Doris a la cabeza, y con los directores departamentales. Como decía, elegimos tres o cuatro localidades y, de repente, en dos días damos charlas informativas, primero, sobre la obligatoriedad del registro -es un registro gratuito, no tiene costo ninguno para los operadores-, y después nos extendemos un poco en los beneficios que tiene ese registro.

Además de eso, este año se dictó un decreto, el Nº 44/023, por el cual, tal como lo establecía el ministro, se quitaron algunos requisitos que ya estaban un poco perimidos en el tema registral, haciendo bastante más ágil el registro. También modificamos todas las declaraciones juradas de inscripción para hacerlas bastante más amigables.

Con eso logramos un avance, aunque no es lo ideal. Hoy por hoy, hay unos tres mil operadores turísticos registrados, lejos de lo que es la operativa en todo el país. Creo que en estos dos o tres últimos años hemos logrado unos trescientos o cuatrocientos operadores nuevos. Considero que las charlas han servido mucho, las oficinas descentralizadas también; logramos estar más cerca de la gente para que vea lo que es el sistema y lo que son los beneficios. También ayudó mucho, en pandemia, que hayamos establecido durante los dos años una quita de las garantías de funcionamiento para los transportistas y una rebaja muy considerable para las agencias de viaje; eso permitió la continuidad. Las garantías son anuales, se presentan solo en cuatro tipos de operadores: inmobiliarias, agencias de viaje, empresas de transporte y autos sin chofer; tienen que venir todos los años con un aval. Al haber rebajado el *quantum*, se estableció, por lo menos, la continuidad y que no tuviéramos tantos ceses en el registro.

Básicamente, seguimos trabajando sobre esa línea. La idea es poder implementar un régimen de recorrida que pueda cubrir un poquito más todo el espectro geográfico del país.

SEÑORA RODRÍGUEZ (Doris).- Agrego a los dichos del escribano que los fondos de incentivo también favorecieron -como decía el ministro- a esos operadores. Lo notamos en el producto enoturismo, cuando sacamos los fondos concursables del Ministerio, no de ANDE, porque además de los de ANDE, el Ministerio, específicamente, tiene fondos concursables no reembolsables, que es lo importante. Como decía, esto se notó en el sector de enoturismo y lo vimos superreflejado en el registro, donde se inscribieron siete bodegas más que antes no podíamos lograr que se inscribieran. ¿Por qué se registraron? Porque el requisito que tienen estos fondos es estar registrados en el Ministerio. O sea que, sumando todas las acciones que hace el Registro y esos incentivos que hacemos de forma permanente se ayuda también a aumentar el número de registrados.

SEÑOR REPRESENTANTE VIERA DÍAZ (Nicolás).- Es un gusto, como siempre, señor ministro, tenerlo por aquí.

En este caso, vengo de agregado a la Comisión porque no formo parte de ella, pero podrá entender que tengo varias preguntas para hacer, algunas puntuales, sobre la proyección de la temporada, y algunas preguntas extras bien puntuales y breves que tienen que ver, en algunos casos, con el departamento de Colonia.

Primero que nada, me pareció muy bueno lo que estaban planteando sobre la guía de inversión. Entiendo que la van a presentar, que todavía no es un documento acabado; estaría buenísimo poder acceder a ella cuando la tengan, porque realmente me parece que, como presentación del país, más allá de que algunos gobiernos departamentales no se hayan sumado, está bueno, por lo menos, entender estratégicamente qué es lo que tiene Uruguay para ofrecer al mundo; todas son cosas que van sumando a esa estrategia.

Tenía pensado preguntar sobre los cruceros, pero me quedó claramente respondida la pregunta antes de hacerla.

Usted hablaba acerca de varias cuestiones sobre Colonia. A mí se me ocurre preguntarle sobre el Hotel Casino Carmelo, porque es parte de lo que ya hemos venido hablando en años anteriores respecto a la oferta turística del departamento. Esto lo ato, naturalmente, con otra pregunta que es cuál va a ser el rol que el Ministerio piensa para

con los aeropuertos del interior del país. Nosotros hemos hablado varias veces con el diputado Marne Osorio acerca de la característica de internacional que ganó el aeropuerto de Rivera, pero el aeropuerto de Colonia, particularmente, de Carmelo, es internacional, está en excelentes condiciones, ha tenido una remodelación que busca sumar, sobre todo desde el plano turístico. Entonces, está bueno saber si el Ministerio lo tiene en el radar y de qué forma piensa incorporarlo en el trabajo de esta temporada que se viene. Sería una excelente opción si tuviéramos el aeropuerto internacional y el Hotel Casino Carmelo. Entonces, quería saber si hay una licitación planteada o qué es lo que se está viendo desde el Ministerio respecto a este punto.

Cuando el señor ministro hacía la presentación hablaba de toda la promoción que se plantea hacer, particularmente en el exterior, pero también en el turismo interno. Sabemos que la empresa Young & Rubicam no va a participar más como agencia trabajando para el Ministerio de Turismo; su participación sería hasta marzo del año que viene, según los trascendidos de prensa a los que hemos accedido, pero me gustaría preguntárselo oficialmente al señor ministro para que nos brinde información al respecto. Y me gustaría saber cómo piensa encarar el Ministerio la cobertura de las promociones, si es que esta empresa no continúa, es decir, si se va a hacer un llamado, si se piensa en una contratación directa por los meses que dure el llamado. Me parece importante conocer ese tipo de cosas.

Hago dos preguntas más y termino. La primera es bien puntual. Como sabrá, he participado activamente en la comisión investigadora sobre las compras de publicidad del Ministerio de Turismo. Siempre me quedó una duda -y aprovecho para consultarlo al respecto- sobre si existió algún proceso de investigación administrativa adentro del Ministerio de Turismo respecto a la serie de denuncias que se hicieron en la comisión investigadora que funcionó aquí, en el Parlamento. Puntualmente, sabemos que el asesor honorario del exministro Cardoso, Elbio Rodríguez, era una persona que no dependía del Ministerio de Turismo, no era empleado público, no tenía ningún contrato, pero sí tomaba decisiones en el Ministerio. Entonces, la pregunta puntual -simplemente para saber; en todo caso, estoy dispuesto a hacer un pedido de informes para que se me conteste en otra oportunidad- es si el Ministerio realizó una investigación administrativa acerca de los alcances que haya podido tener el accionar del señor Elbio Rodríguez dentro del Ministerio.

Y la última pregunta para el señor ministro, que es bien política -obviamente, no estamos exentos de los trascendidos políticos-, es cuándo piensa renunciar en caso de ser precandidato a la Presidencia de la República.

Gracias.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Por supuesto que están invitados, desde ya, a la presentación de la guía de inversiones. Y les vamos a enviar más de un ejemplar. Supongo que van a estar presentes; va a ser un lindo acto. Sin lugar a dudas, será un gran aporte; la guía va a ser un librito con todos los beneficios que ofrece Uruguay al inversor y al mundo.

Los aeropuertos del interior, sin duda, son un gran aporte para el turismo, o una gran posibilidad, por ahora. Creo que es algo bueno lo que se aprobó acá, en el Parlamento, que posibilitó que hoy tengamos seis aeropuertos en el interior en los que se están haciendo inversiones por más de US$ 60.000.000, modernizándolos y adecuándolos. Yo confío, por una primera lógica, en que van a funcionar, porque si el inversor pone tanto, va a hacer lo imposible para que tenga operaciones y haya vuelos. De hecho, el de Carmelo es hoy el aeropuerto con mayor cantidad de vuelos, de

características especiales: son vuelos privados, más bien turísticos, no hay vuelos comerciales, pero tiene un gran movimiento.

Creo que la operación va a ser diferente en cada aeropuerto. Y acá hago un paréntesis para recordarles que, en realidad, el Ministerio de Turismo es el gran socio o el gran beneficiario de una buena conectividad aérea entre los aeropuertos, pero no tenemos potestades; todo el tema aéreo, en definitiva, no corresponde al Ministerio de Turismo. Entonces, somos como los primeros beneficiados o perjudicados por el desarrollo, y por allí, algo ayudamos y algo ponemos y, sobre todo, nos interesamos, pero la operativa del aeropuerto y todo lo que pueden ser las posibilidades de realmente incentivar una mayor conectividad no está en manos del Ministerio, que algo hace, pero no tiene para ello ni potestades legales ni recursos.

El aeropuerto de Carmelo es internacional. El aeropuerto de Rivera ahora ganó la categoría de binacional. Es un modelito que capaz que se debería estudiar para las otras fronteras. La binacionalidad le va a dar la posibilidad de que haya vuelos de cabotaje desde Brasil; eso baja mucho los costos, realmente posibilita varias frecuencias. Pienso que si en algún momento fueran binacionales los aeropuertos de la frontera con Argentina, podría pasar lo mismo, es decir, que para los vuelos que vinieran desde Argentina no operaran como aeropuertos internacionales, más allá de su categoría de internacional.

Lo relativo a la agencia de *marketing* es un tema bien importante, sin duda. Ya hicimos un llamado a licitación para una nueva agencia y hubo una adjudicataria, que fue la misma -se presentaron seis agencias-, Young & Rubicam, pero luego hubo dos observaciones del Tribunal de Cuentas: una fue levantada y la otra fue mantenida. Nuestra política en esta gestión ha sido la de no reiterar gastos observados y, de hecho, debemos ser absoluto récord, desde que estoy…

(Interrupciones)

——Estoy hablando de mi gestión…

(Interrupciones)

——Esa ha sido la directiva que hemos dado y por eso se esmeran mucho los funcionarios; es todo un tema. La reiteración de gastos soluciona muchas cosas, pero yo siempre digo que hay reiteraciones y reiteraciones. Cuando estaba en la intendencia y a esta altura del año faltaba en el rubro alimentación para comprar leche en un merendero y nos observaban el gasto por falta de disponibilidad en el rubro, se reiteraba, porque no los vas a dejar sin leche...

(Interrupciones)

——Hay observaciones y observaciones. De cualquier manera -y esto es general, porque somos todos viejos en la administración-, en la administración pública uruguaya hay una especie de "total, se reitera el gasto", y entonces no se hacen los mayores esfuerzos para que no haya observaciones. Inclusive, hay observaciones que son muy tontas. Por eso estamos empeñados en no reiterar; de hecho, tenemos una o dos, porque no tuvimos más remedio; y no son nuestras…

(Interrupciones)

——Además, si no lo hacemos, no funciona, porque está en el pecado original. Es lo que pasa, por ejemplo, con lo del Convention Center de Maldonado: si no reitero el gasto, no pagamos la cuota parte del Ministerio para su funcionamiento. Lo que ocurre es que está observado el convenio desde el momento en que se creó. Tenemos que hacer un

nuevo convenio -algo muy pesado- para levantar esa observación; eso no tengo más remedio que reiterarlo. Pero, en definitiva, esta de la que estamos hablando, no; menos esta. Entonces, hay una observación que está mal y que la argumentamos -no voy a entrar en esos detalles-, pero como está observado, anulamos el llamado y en pocas horas, diría yo, estará saliendo la nueva licitación, el nuevo llamado, la publicación; está pronto el pliego, hoy se estará firmando y esperamos que para enero podamos tener la nueva adjudicación.

Por supuesto que es muy importante. Además, el sistema de compra de publicidad siempre es un problema enorme. Por eso, cuanto más reglamentada esté, es mejor para el administrador. Esa es, tal vez, una deuda que tenemos los políticos uruguayos: reglamentar más la publicidad oficial. Cuanto más reglamentada esté, mejor, y más para un Ministerio como este para el que la publicidad es fundamental.

En definitiva, la agencia es fundamental porque es la que hace el plan de medios y la que lo argumenta; después lo estudia Marketing del Ministerio y hace su informe; después, el director nacional, y después, este ministro. Entonces, necesitamos la agencia sí o sí, además de por la parte creativa, etcétera.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO.- Con respecto a la licitación del Hotel Casino Carmelo, es importante entender cómo se llevó a cabo, para saber en qué momento estamos ahora.

Fue una iniciativa, obviamente, de nuestro Ministerio; es propiedad del Ministerio de Turismo. Los concesionarios de muchos años estaban dejándolo en condiciones prácticamente ruinosas y, por lo pronto, se comenzó ese proceso de generar un pliego de licitación. Ahí se generó una comisión entre el Ministerio de Turismo, el Ministerio de Economía, la Intendencia respectiva -en este caso, de Colonia- y la OPP. Ha sido un proceso largo; no voy a entrar en detalles, pero los diputados colonienses más o menos lo conocen. Primero, había una reserva de fauna que iba a dar a la puerta del hotel; se levantaron firmas y se extendió en el terreno esa reserva de fauna o en el futuro se va a extender. Después de eso surgieron temas de deuda de contribución inmobiliaria de mucho monto que, evidentemente, era una deuda incobrable. La Intendencia generó una condonación de la deuda, a través de la Junta Departamental. Cuando teníamos eso surgió que el actual casino invadía otro terreno, que es el que está lindero, si no me equivoco le llaman "el cine" o algo así, el que está al costado. Por lo tanto, había que averiguar de quién era ese otro padrón, cosa que llevó meses y meses; hubo que ir a Catastro y a una cantidad de lugares por un tema de setenta años atrás. Finalmente, se llegó a la conclusión de que pertenecía al mismo edificio y, por lo tanto, se unificó.

En este momento -para ser claro-, esto acaba de salir, con informe de Jurídica del Ministerio de Turismo y está en la Dirección General de Secretaría, para que sea enviado, probablemente, hoy o mañana, cuando lo estudie el director, al Ministerio de Economía y Finanzas. Ahí empieza el proceso final.

Todo este proceso llevó dos giros en todos estos lugares; cada uno de ellos indicaba que Jurídica lo tenía que estudiar y cada vez que se mandó a cada uno de los lugares hubo observaciones; de ahí la demora.

Así que si el señor director lo manda, hoy o mañana -o cuando sea-, pasa a Economía. Cuando vuelve, si el señor ministro está de acuerdo y si no hay observaciones, lo firmaría, y luego faltaría la firma del presidente de la República; ahí, finalmente, se puede iniciar el proceso licitatorio.

En la parte de licitación internacional ha habido muchas consultas. La semana pasada o la anterior estuvimos con el embajador Enciso. Han recibido gran cantidad de

consultas y nosotros también. A todos se les da la misma información que les estamos dando a ustedes: estamos generando el pliego.

En la prensa coloniense se menciona una empresa que no se contactó con nosotros -ellos lo explicitan- ; se trata de una empresa chilena- alemana que, incluso, presentó un boceto de una eventual remodelación, manteniendo parte de la fachada, que fue uno de los requisitos que se estudiaron mientras se hacía el pliego. Así que es cuestión de…

(Interrupción del señor representante Nicolás Viera Díaz)

——Sí, es con casino. Hay interés marcado en el casino.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Sobre la investigación administrativa debo decir que no se hizo. Y les digo la razón. Cuando ingresé como ministro, ya existía una comisión investigadora acá -como ustedes saben-, ya existía una denuncia penal sobre el tema y, por tanto, una investigación judicial que después se reiteró, se amplió o se hizo otra. Entonces, no nos pareció necesario ni relevante hacer una investigación de algo que ya estaba siendo investigado. Sí pusimos a dos calificados funcionaros del Ministerio -uno de ellos está presente, el escribano Beker, y un contador- exclusiva y directamente a disposición de la Comisión, que en tiempo inmediato -esas eran las directivas- estaban buscando y procesando una cantidad apreciable de información.

También dispusimos que todas las compras o hechos que requirieran de estudio o que, de alguna manera, estuvieran bajo sospecha se pasaran a Jurídica. En lugar de una investigación, cada uno de los expedientes y de los temas planteados fue a Jurídica para que se realizara un informe y con esos informes tomamos las decisiones en cada uno de los casos.

En cuanto a mi renuncia, como ustedes saben, los ministros no estamos obligados a renunciar constitucionalmente, pero voy a renunciar porque considero que por razones de tiempo y de responsabilidad es imposible hacer una campaña a *full* y atender un ministerio, cosa que es discutible, porque nuestros vecinos tienen un ministro de Economía que es candidato a presidente y tiene tiempo; yo no tengo esa capacidad…

(Hilaridad)

——Cuando la campaña esté firme -supongo que será en marzo-, vendré a despedirme como ministro y, después, a saludarlos para asumir como colega de ustedes, como legislador.

SEÑOR PRESIDENTE.- Quiero hacer una consideración general. Usted sabe, ministro, que para mí el turismo es una actividad muy importante. El departamento de donde vengo vive de eso. Usted sabe que me interesa. Además, este es uno de los casos en los que debería haber políticas de Estado que deberían seguir más allá de las diferencias que pueda tener cada administración. El planteo que ustedes hacen en cuanto a la guía de inversiones me parece muy bueno; es un material que va a ayudar a vender este destino, al igual que esa propuesta de vender el destino Sudamérica. No nos podemos vender solos al mundo; estamos inmersos en una región; tenemos a Argentina y Brasil, y si podemos sumar Perú, Colombia y otros países, creo que esa puede ser una gran salida para promocionar Uruguay. Todos queremos que vengan turistas a gastar dinero y a disfrutar, pero también tenemos algunas dudas.

Las medidas que se anunciaron, tanto las que se tomaron en invierno como las que se están anunciando, ¿son las mismas que las que existían antes de la pandemia?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Algunas sí y otras no. Por ejemplo, la exoneración o el IVA tasa cero -que son cosas diferentes- para los residentes no existía.

Históricamente, existió exoneración de IVA para residentes hasta noviembre y, luego, para la alta temporada, IVA tasa básica, o sea, 10 %. Esa medida, por ejemplo, ha sido diferente y es lo que estamos planteando para este verano también.

SEÑOR PRESIDENTE.- Bien. Tengo que insistir en algo que he planteado muchas veces; incluso, presentamos un proyecto de ley al respecto. Me refiero al tema de la emergencia; nos pasó en la pandemia, pero también nos había pasado cuando se nos cortaron los puentes, nos está pasando con la diferencia cambiaria y nos puede pasar mañana. Estamos convencidos de que hay que legislar en el sentido de crear un fondo de emergencia para el turismo, como existe para el agro. En definitiva, ministro, con la sequía perdimos menos plata que la que perdimos en el sector turístico; sin embargo, el agro tiene -y con razón- un apoyo de un fondo de garantía que ayuda a paliar la situación. Estamos convencidos de que eso debería existir y de que deberíamos tenerlo como una política de Estado. Deberíamos estar todos de acuerdo en contar con un fondo de emergencia que se pudiera usar en los momentos críticos. Vuelvo a decir: nos cortaron los puentes, vino una pandemia, vino una diferencia cambiaria y mañana puede venir algo que no hemos pensado. Hay sectores que han quedado muy sumergidos. Usted nombró los hoteles chicos, que están muy complicados, y hay otros sectores que están asfixiados, como es el caso de los transportistas. Ha habido una serie de actores del sector turístico afectados a los que, realmente, un fondo hubiera permitido cambiar su situación. Eso, más que una pregunta, es una opinión o una propuesta para trabajar.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Correcto; creo que toda propuesta es bienvenida, porque se analizan, van en la mejor dirección y se hacen con las mejoras intenciones.

En este momento, el gobierno no cree que haya una emergencia turística. No estamos en una situación de emergencia. Tal vez, estuvimos en esa situación en la pandemia, pero también abarcó a todos los sectores. Y allí los recursos estuvieron. En los US$ 2 mil millones que gastamos los uruguayos en la emergencia, también se contempló el sector turístico.

Dadas las emergencias -ningún país está libre de tener una emergencia-, hay que considerarlas y, a veces, eso no es con una simple declaratoria de emergencia. Los fondos están. No entendemos, en este momento, que crear un fondo para que quede un rubro y determinada cantidad de dinero inmovilizado sea algo urgente o necesario. Creo que los sectores o, más bien, los subsectores tienen dificultades y hay que atenderlos. Y no tener un fondo no significa que no podamos atenderlos. Pero, bueno, siempre está en la bandeja de estudio.

SEÑOR PRESIDENTE.- Sé que esto se lo han planteado a usted y al presidente de la República algunas de las gremiales empresariales. Por ejemplo, la Liga de Punta del Este estuvo hace poco con este planteo.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Es verdad, plantearon el tipo de cambio especial y la declaratoria de emergencia.

SEÑOR PRESIDENTE.- Claro. Lo que pensamos es que una declaratoria es algo medio vacío. Lo que deberíamos hacer es un proyecto de ley para tener algo como lo que tiene el agro. Más allá de que haya un rubro congelado, creo que eso podría ayudar. Pero no vamos a debatir ahora; tenemos poco tiempo.

(Diálogos)

——Quiero referirme al tema de los cruceros, y tengo varias preguntas.

El intendente Antía dijo que con poca plata los cruceros llegaban a Piriápolis. Lo dijo en diciembre del año pasado. Eso creó una expectativa importante en la sociedad de Piriápolis, que ha tenido sus marchas y contramarchas.

Se dijo que se haría un estudio de batimetría. Quisiera saber si se realizó y, si es así, qué posibilidad hay de que los cruceros puedan llegar a Piriápolis.

Otro de los puntos sobre el que quiero consultarlo es la situación del muelle La Pastora; no está en las mejores condiciones y es complicado para los turistas, cuando descienden, en verano. No sé si está pensando con respecto a ese tema, sobre el cual hay preocupación.

El otro punto es si en las conversaciones con las compañías de cruceros se está hablando de algún tiempo mayor de estadía en los destinos, tanto Montevideo, Punta del Este o Colonia, si llegan a ir allí.

Básicamente, esas son las preguntas con respecto a los cruceros.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO.- Con respecto a la llegada de cruceros a Piriápolis, a todas estas ferias -o a la mayoría- ha asistido el director de Turismo o, en su defecto, una funcionaria.

Se ha hablado prácticamente con todas las compañías de la posibilidad de llegar a Piriápolis. Las compañías, obviamente, ven el paisaje de Punta del Este y ven el de Piriápolis y prefieren ir a Punta del Este. Esa es la realidad.

Nosotros hemos sido muy cuidadosos, teniendo en cuenta lo puntilloso que es el intendente Antía en algunos aspectos de su departamento, en materia de opinar demasiado sobre determinadas cosas que, más que nada, dependen de ellos.

Por lo tanto, el tema de habilitar que lleguen cruceros al Puerto de Piriápolis, está latente. Personalmente, creo que sería una buena cosa descongestionar Punta del Este; realmente sería muy positivo. Los que hemos transitado la península, sabemos que el tránsito en determinados momento colapsa y si a eso se le agrega el movimiento del crucerismo se crea, no voy a decir caos, pero sí dificultades para salir. En situaciones de emergencia ni hablemos, no hay manera: hay que salir en helicóptero. Por todos estos motivos, y el ministro sé que me acompaña, uno ve con buenos ojos esa posibilidad, pero el cliente -las compañías- es el que propone y dispone.

En cuanto a las batimetrías, no tengo conocimiento de que se hayan realizado en Piriápolis.

(Interrupciones)

——Sí, claro, obviamente hay en todos los puertos pero ahora, que yo sepa, no. En las batimetrías se le dio prioridad al puerto de Montevideo, porque por distintos motivos se necesitaban con urgencia, y por eso se atrasó un poco la de Colonia. Creo que vamos camino a que Piriápolis, en algún momento, se convierta en un puerto de cruceros porque, obviamente, Punta del Este no va a poder con todo.

Con respecto al muelle de la parada 3, hubo una propuesta privada de hacer, no solo una cobertura para protegerse del sol, sino una serie de oficinas, todo con dineros privados. Esto fue presentado al ministro Falero, de Transporte y Obras Públicas, y yo acompañé a quienes presentaron la propuesta

Tengo entendido que esta iniciativa privada todavía no ha sido aprobada pero, en contrapartida, el director de Turismo de Maldonado me ha dicho que este verano va a haber algún tipo de sombra para los cruceristas; va a estar contemplado ese aspecto.

SEÑOR PRESIDENTE.- Ustedes nos dieron las cifras de "Turismo para Todos". Hasta octubre de 2023, con el programa de jubilados y pensionistas, había 7 agencias involucradas, 182 paquetes, 27 propuestas vigentes y habían viajado unas 1.350 personas. Digo esto porque el programa anterior de turismo social, según las cifras que tenemos, movía bastante más cantidad de personas. La cifra que yo tengo es de 5.000 personas. Por eso pregunto si, aun en los momentos en que el turismo interno es sumamente necesario, no convendría sostener también esa propuesta de turismo social para agregar sumatorias al momento complicado que estamos viviendo.

SEÑORA LARRUINA (Karina).- Como bien decía el diputado, el genérico de turismo social, con cinco programas funcionando, era de 5.000 personas. Estamos hablando del programa exclusivo de jubilados y pensionistas que movía alrededor de 2.000 trabajadores, quinceañeras, jóvenes y paseos por el día.

Nosotros quisimos hacer un subprograma gradual; probar los distintos subprogramas. Estamos hablando de que el programa de jubilados y pensionistas, solamente está moviendo esa cifra y la idea es que el de trabajadores, que estamos previendo para febrero- marzo, mueva hasta unos 3.000 cupos por fondos. Ahí nos acercaríamos a las cifras de cuando estaba operativo todo el programa de turismo social. Estamos hablando de una historia de 5.000 como máximo, cuando ya hacía cinco, seis y hasta diez años, en algunos casos, durante los cuales los programas estaban en funcionamiento.

Entendemos que las perspectivas, el análisis, la evaluación que tuvo este primer subprograma son bastante positivos porque nos ha permitido incluir nuevos destinos, nuevos orígenes. Uno ha participado en distintos foros de la temática -yo me adentré en ella no hace mucho tiempo- y el hecho de que sean viajes genéricos, que no sean viajes exclusivos de turismo social -no sé si me entienden- ha desestigmatizado la idea de que el turismo social sea para determinado estrato o grupo social.

Se trata de excursiones para todos de hasta $ 8.000 aproximadamente -se ha puesto ese tope; no son excursiones de $ 20.000 o $ 30.000- que el Ministerio financia entre el 25 % y el 40 %. Todavía nos queda dedicar el último año al público más joven: empezamos con los adultos mayores o con los jubilados, seguimos con trabajadores, y la tercera línea de trabajo para 2024 son los jóvenes. Esperamos por lo menos alcanzar -y por qué no superar- las cifras que históricamente tenía el turismo social. Dentro de estos programas, por ejemplo el de jubilados sigue vigente durante toda la temporada, es atemporal. Tenemos fondos asignados hasta lo que el presupuesto ha previsto que se cubra; la idea es alcanzar la mayor cantidad posible.

SEÑORA RODRÍGUEZ (Doris).- Quiero sumar a lo que decía la economista que este fue un piloto diferente al que estaba planteado, dando prioridad al prestador de servicio como gestor de ese viaje y comenzamos en junio. O sea que ese valor es mucho más acertado y va en crecimiento respecto a lo que usted tiene marcado que era general.

SEÑOR PRESIDENTE.- Tendría muchas más, pero voy a hacer la última pregunta, ministro. Es una pregunta y una reflexión sobre el impuesto al transporte fluvial para extranjeros y la tasa que se cobrará. No es tanto lo que significa el desembolso económico, sino que nos parece que no es una buena señal la creación de un impuesto para quien ingresa al país. Además, es discriminatorio porque solo se cobra a quien lo hace por transporte fluvial. Quería saber su opinión.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Opino lo mismo que usted. Creo que no sería conveniente en este momento crear una nueva tasa, sobre todo por el mensaje. Estamos buscando promover, atraer, dar buenas noticias y nos parece que eso no sería

conveniente. Es un tema que no sé si ya está en tratamiento; tendrá que aprobarlo el Legislativo, contando con la iniciativa del Poder Ejecutivo. En definitiva, mi opinión es que en este momento no sería conveniente.

(Diálogos)

SEÑORA REPRESENTANTE INZAURRALDE (Alexandra).- Efectivamente, tenemos un proyecto que esperemos pueda ser ingresado: queremos declarar a Minas la capital nacional del alfajor porque eso empatiza con el hecho de que llegamos a todos lados y "alfajores, alfajores y alfajores".

Aprovecho la presencia de ustedes para trasladar algunas consultas básicas.

En primer lugar, desde el sector turístico se ha consultado si existen los créditos blandos del BROU.

En segundo término, se habló de Gramado, materia curricular. Esto ha sido visto con buenos ojos en entrevistas que hemos mantenido con usted. Me refiero a la posibilidad de que, a través del Codicén, se pueda incluir la capacitación y la concientización de la comunidad, de la sociedad en su conjunto, sobre la importancia del sector turístico que no significa específicamente capacitar en turismo. Algunos se podrán dedicar especialmente al turismo, otro no. En departamentos que tienen al turismo como una industria a desarrollar su mayor potencial, es importante esa conciencia colectiva de lo que ello representa. Eso, necesariamente, necesita del apoyo del Codicén, abarcando los distintos niveles de educación.

Queríamos saber en qué etapa estamos; destaco y resalto la apertura que desde el primer momento se le dio a esto desde el Ministerio de Turismo.

En tercer lugar, el turismo de locaciones. ¿Cómo estamos en ese sentido? Pregunto si es una materia pendiente, algo a trabajar a futuro. Me parece bien importante porque Uruguay tiene escenarios naturales muy valiosos para el cine y demás pero, por lo general llegan, levantan imágenes y no hay un retorno para los departamentos que tienen estos lugares. Quizás ahora no esté tan desarrollado, pero a futuro me parece una línea importante para trabajar en el sentido de qué van a dejar al país. Realmente tenemos aquello que no se compra, aquello que no se construye. Hay lugares hermosísimos en nuestro país y Lavalleja, sin duda, es un fiel exponente de esto.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- La primera pregunta de la diputada es más para el BROU que para nosotros. Obviamente, nosotros apoyamos eso: estamos del lado del operador, del lado del turismo, igual que ustedes. Ahora, no hay una línea de crédito específica para el turismo que está dentro de las líneas en general que existen para las Pymes, etcétera. Los créditos SIGA continúan vigentes. Allí sí hubo un crédito SIGA turismo que tiene el gran beneficio de no requerir garantías.

Después existe todo lo que tiene que ver con la ley de promoción de inversiones; eso sí es fuerte y es parte de lo que vamos a exponer en esa guía de inversiones. Ahí hay una línea de promoción. Dentro de la ley de promociones del país en el sector turístico hay un diferencial importante.

Más que líneas de crédito, que eso sí son netamente decisiones empresariales-comerciales de los propios bancos, en este caso del BROU, lo que maneja el país es este tipo de exoneraciones tributarias que tenemos para eventos e inversiones particulares para el turismo. Eso es lo que tengo para contestar sobre ese tema.

En materia curricular sí hemos estado conversando; sé que es una iniciativa de la diputada que compartimos, obviamente. El tema es concientizar para seguir

concientizando de arriba para abajo, en el sentido de que el turismo realmente es una industria que tiene un retorno en cantidad y, además, es prácticamente inmediato, generando empleos y también mano de obra no calificada.

Hoy el Uruguay es un país turístico y hay una ley que, como toda norma, habría que ir actualizando. La ley de turismo habla de zonas turísticas y hoy el Uruguay es todo turístico. Todos los departamentos se han transformado en departamentos turísticos.

Cuando pensamos en los objetivos de la educación nos preguntamos, ¿educamos para qué? Educamos para formar ciudadanos, ¿y qué tipo de ciudadanos? Bueno, debemos tener conciencia turística de que somos un país turístico, todos somos agentes de turismo y eso se forma desde lo curricular que hay que incluir. Insistiremos con esa idea, con ese proyecto y con lo que se disponga al final en la reforma educativa. No podemos pensar en turismo como una materia, porque la tendencia es ir a grandes áreas.

El turismo de locaciones es también un tema de mercado. Es verdad que allí tenemos una oportunidad, porque se están haciendo muchas filmaciones en Uruguay. En ese sentido importa cómo nos organizamos y cómo incentivamos que se aprovechen esas locaciones, porque el turismo viene después de las filmaciones. Ahí tenemos lo que fue la filmación del *Curro Jiménez* en Piriápolis que fue en el año noventa y algo…

(Interrupciones)

——Me dicen que en Rocha también.

El gran tema es que la infraestructura turística, en realidad la genera el privado cuando ve una posibilidad de negocio, porque obviamente el Estado no puede hacer inversiones en todo. Habría que ver la posibilidad de que esas locaciones alguien las transforme en algo que se vea por el mundo, como "Acá se filmó o acá pasó tal cosa". Igual sucede con los hechos históricos o con las olimpíadas cuando quedan las locaciones y de ahí se transforma en un destino turístico que cuenta lo que sucedió, y a su vez se desarrollan todos los servicios, restoranes y demás.

Hay muchas filmaciones en Uruguay porque les resulta beneficioso desde el punto de vista económico, pero dejan poco en infraestructura, cada vez menos. Entonces, hay que ver cómo transformar el lugar donde se filmaron aquellas que han tenido éxito. Por ejemplo, que se diga "Acá se filmó tal cosa".

SEÑOR BAUDEAN (Roque).- Hay intendencias que trabajan muy bien en esto. Con el Ministerio estamos apoyando a las intendencias que lo trabajan profesionalmente, por ejemplo, Colonia. Allí, el director de Turismo tiene bajo su dirección justamente el tema de las locaciones. En Maldonado también se trabaja muy bien y en Montevideo, espectacularmente bien.

Nosotros no tenemos decisión departamental que, en definitiva, son los que dicen cuánto van a cobrar en eso. Sí estamos trabajando especialmente con aquellas intendencias que lo hacen seriamente y que lo están promocionando. Inclusive, en muchas direcciones de Turismo, por ejemplo, lo están trabajando con grupos o asociaciones de profesionales de la filmación.

Desde el Ministerio, estamos promocionando eso con aquellas direcciones o intendencias que lo trabajan bien y seriamente. Incluso ahora hay una feria al respecto en Estados Unidos. Nosotros evaluamos con la Dirección General, entre las dos direcciones, que era una oportunidad muy interesante, justamente por aquellas intendencias que están trabajando bien y por aquellas otras que no están trabajando y que tienen una posibilidad en ese sentido. Por supuesto que nosotros no nos podemos meter en las

decisiones departamentales. Sí asesoramos y promocionamos cuando se dan las condiciones.

SEÑOR CURBELO (Ignacio).- Complementando lo que decía el señor ministro y el señor director Nacional, y respecto a la última pregunta de la señora diputada sobre las locaciones para filmar, quiero decir que la industria fílmica es muy importante para nuestro país, básicamente por dos factores: por lo que genera en mano de obra, empleo calificado, cuando se realizan esas filmaciones en distintas locaciones, pero también por el impacto que tiene en el turismo una escena que se filma en el país.

Por ejemplo, la película *Corazón valiente* que se filmó en Escocia, supuso que al año siguiente se incrementara el número de visitantes en un 300 %. Podremos discutir cuáles son los números que impactan directamente en eso, pero evidentemente cada vez más la gente viaja a un lugar por la escena que ve del país. *Juego de Tronos* se filmó en una localidad que se llama Zumaia, cerca de San Sebastián. Era un pueblito que queda a media hora de San Sebastián y la gente ni lo conocía. Ahora nunca hay lugar. Es un acantilado espectacular, donde se filmó también "*Ocho apellidos vascos*".

El Ministerio participó este año en una feria de la industria audiovisual, justamente para comenzar a promoverla, porque creemos en la importancia que tiene la industria fílmica para Uruguay que tiene, además, una tecnología de primera y una mano de obra calificada de primer nivel. Participamos en un evento con la Cámara de Comercio Hispana de Estados Unidos y la asociación uruguaya y americana de la industria fílmica.

Como refería el director Nacional, para los primeros meses del año que viene está pensada una actividad de esta naturaleza, por lo que teníamos también la idea de invitar a distintos operadores privados de la industria fílmica, realizando una articulación con los gobiernos departamentales para que vengan o para que nos den los insumos de forma de promocionar los destinos.

Además, Uruguay tiene -y se ha creado en esta administración- el programa Uruguay Audiovisual, bajo la Presidencia de la República, que es un organismo que unificó los distintos trámites que anteriormente se debían hacer en las diferentes reparticiones del Estado, para obtener una cantidad de incentivos que el Uruguay otorga a la industria fílmica, como la exoneración de IVA en muchísimos de los costos que se tiene, y un programa *cash rebate* o de devolución de impuestos de hasta US$ 1.000.000, lo que lo hace un mercado muy competitivo.

De hecho, durante la pandemia, Uruguay fue el primer país del mundo que abrió sus puertas, bajo estrictos protocolos, para que se pudiera filmar en nuestro país y vinieran todas las productoras de primer nivel internacional a filmar en Uruguay, HBO, Amazon, Netflix, es decir, las principales.

Personalmente, creo que hay un potencial enorme para desarrollar, así que bienvenidas todas las propuestas de los lugares increíbles que tiene el Uruguay.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- En primer lugar, quiero dar la bienvenida al ministro, al subsecretario y a todo el equipo. Con Roque nos conocemos más, porque va bastante seguido por el departamento de Rocha.

Solamente quisiera complementar el tema de las locaciones. Evidentemente que la mano está en las intendencias sobre todo, y hay una diversidad de criterios de cómo se cobra, qué se le presenta. Yo creo que hay que unificar en algún momento, así como se hizo con la tasa bromatológica, a nivel del Congreso de Intendentes, considero que hay que hincarle el diente a este tema, porque es de un potencial enorme. Sobre todo en Rocha lo vivimos. No me refiero solo al tema de las locaciones, sino también de las

promociones, sobre todo en temporada, que van diferentes marcas y no existe el criterio necesario para estandarizar, para decir: "Esto vale tanto".

Yo llegué tarde y soy agregado en esta Comisión, no soy miembro, pero es importante para Rocha este tema y creí oportuno estar acá con todo el equipo del Ministerio. Hay preocupación en este sentido. Hemos mantenido varias reuniones con diferentes actores, con la liga de turismo de Rocha, con el centro hotelero, para ver cómo están percibiendo esto. Hay indicadores claros de que hoy por hoy existe preocupación en el sentido de que no solamente hay pocas reservas, sino que las que había se están dando de baja. Sabemos cómo está dado el contexto a nivel de la región. El día viernes, cuando se haga el lanzamiento en Rocha de la temporada a nivel internacional, obviamente ese tema va a estar arriba de la mesa, para ver cómo esa sensación, que lamentablemente se está convirtiendo en una realidad, va a impactar en un sector que sabemos que viene a los tumbos; no se ha recuperado totalmente de lo que ha sido la pandemia.

Ahí hay algunos reclamos como los que hoy usted, señor ministro, está anunciando. Me refiero a las exoneraciones del IVA: se siente como que pudo haber sido antes. Sabemos que usted y el Ministerio han insistido a nivel del Gobierno, del Poder Ejecutivo en este sentido. Hay momentos clave en los que quien va a decidir si hacer turismo acá o allá, se pregunta, "Bueno, yo, ¿qué beneficios tengo acá; qué beneficios tengo allá? Obviamente que el comparativo es con Argentina, Brasil y la región y, teniendo en cuenta el tema de la conectividad aérea, hoy podemos tener salidas para todo el mundo. Entonces, creemos que el anuncio llega un poco tarde, porque hay gente que ya tomó la decisión de ver si iba a contar con ese beneficio o no, así que es una cosa que se podía haber anunciado mucho antes. Sabemos que el mes de octubre es clave en todo esto para el turismo.

Dentro del paquete de medidas, hacíamos la pregunta de cuál de todas las medidas que el Gobierno ha tomado a nivel de lo que fue pandemia y pospandemia, ha generado realmente impacto; cuál ha movido la aguja en el sector. Ahí fueron bien contundentes. La CRT, Corporación Rochense de Turismo, nos decía que en aquel momento hubo dos cosas que sí le movieron la aguja: una que ya venía de antes, tenía que ver con cómo se pagaban algunos servicios, por ejemplo, UTE, con una tasa diferencial. Eso sí mueve la aguja, sobre todo al sector gastronómico y hotelero.

El otro tema era el del seguro de paro especial. En ese sentido, adelantándose a que esta temporada va a ser compleja, está el tema de tener esa herramienta arriba de la mesa en el caso de necesitarla.

Sabemos que esta temporada fue complicada; el balance es negativo por los indicadores. No sé qué indicadores internos manejan ustedes a nivel del Ministerio, pero han salido a nivel de prensa algunos indicadores negativos.

Entonces, el tema es que estos paquetes se anuncien lo antes posible y ver si se puede incorporar algún otro. En lo que corresponde a Rocha, específicamente, le tengo que hacer una pregunta que es de orden, ministro. Todos conocemos el recorrido que ha tenido el llamado del hotel cuatro estrellas, ahora hotel de lujo, que se declara nuevamente desierto. Creo que en ese aspecto usted fue bien sincero, ministro, y se lo tengo que reconocer. Como estaba planteada la licitación -usted lo dijo; creo que un periodista le hizo la pregunta-: en caso de que no se concrete el casino y la venta del terreno, en el peor de los casos sería una venta de un terreno por equis monto de dinero. Hoy por hoy se declara desierto. ¿Qué visión tiene el Ministerio al respecto? ¿Va a volver a insistir en este tema?

Nosotros apoyamos esto. El actual presidente estuvo en el primer lanzamiento; una semana antes de las elecciones departamentales estuvimos sentados a la mesa y le damos para adelante, porque creemos que la inversión se tiene que hacer. No nos vamos a poner a decir: "No, esto no". Lo que sí advertimos que en aquel momento no era oportuno por el tema de la pandemia; ahora no es oportuno por un contexto de la región y lamentablemente de nuevo no sé si genera una decepción o algo así pero, bueno, a veces machacar sobre algo, cuando no es el momento, es complicado.

Entonces, queríamos preguntarle, ministro, qué visión tiene en este sentido o qué definición política tiene al respecto el Ministerio. Sabemos que no solamente depende de usted; acá hay otros actores: obviamente la Intendencia jugando fuerte, Economía.

Hay otra cuestión en la que estamos complicados; eso tampoco depende de ustedes, pero creo que puede haber alguna interacción. Sabemos que Rocha los diez primeros días de la temporada es juventud. Lamentablemente, hoy tenemos que decir que "era" juventud, por decisiones, no sé si contradictorias, pero hoy la juventud la tomó Maldonado. Obviamente vio la debilidad en Rocha y Maldonado les dice: "Vengan, muchachos, que yo les doy todo". Acá hay una negociación entre los inversores, que son quienes mueven el turismo de juventud y lo sabemos. Es más: nosotros estuvimos quince años dentro de la intendencia y sabemos cómo negociar con esos actores. Ahí hay que dialogar y ver la oportunidad. Hoy lamentablemente, sumado a todo esto, en Rocha nos damos el lujo de perder ese turismo de juventud, que no es poco movimiento de recursos económicos. Estamos hablando, entre alquileres y todo lo que genera la juventud, de más de US$ 5 millones. No quiere decir que todos los jóvenes no van a ir, pero sí estamos hablando de un entorno de diez mil muchachos en diez días. Eso preocupa a todo el sector, sobre todo en La Pedrera y La Paloma, donde impactaba más esa juventud.

Si bien no le vamos a hacer la pregunta de los cruceros, nos gustaría saber en qué medida están interiorizados con el tema del famoso puerto *hub*, que también está dentro de la terminal de pasajeros para cruceros. Nosotros tenemos una visión y queremos ver si ustedes se han interiorizado en ese tema.

Con respecto al movimiento de pasajeros, la Intendencia hizo el lanzamiento con un estudio que se pagó: sobre el tema de la hidrovía Laguna Merín, la Intendencia también está promocionando el movimiento de pasajeros por esa laguna.

Sin lugar a dudas que hoy por hoy Rocha es turismo interno. El tema es cómo se apoya. Sabemos que mucha de la promoción del turismo interno tiene que ir por el lado de las intendencias, es decir, cómo se mueve internamente para captar ese turismo. ¿Cómo ha apoyado el Ministerio? ¿Cómo ha hecho las campañas a nivel del turismo interno? Hablo, sobre todo, de turismo más específico que vaya a Rocha, porque sabemos que los destinos van cambiando.

En cuanto a las inversiones que ha hecho el Ministerio de Turismo en Rocha, ¿qué seguimiento realmente tienen? Por ejemplo, el centro de interpretación para el cual se destinaron recursos, ¿en qué quedó? Porque para nosotros eso iba en la Laguna de Rocha. Sabemos que las bajadas a la playa se hicieron; algunas capaz que no se hicieron en el lugar que se tendrían que hacer, pero si los recursos no se ejecutaron en el centro de interpretación ¿en qué se van a ejecutar?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Lamento no haber venido con todas las cifras para hacer el balance, porque no era el objeto de la convocatoria, pero no estoy de acuerdo con lo que ha expresado el diputado sobre el concepto de la situación del sector. Creo que el sector tiene algunas dificultades, sin lugar a dudas. La principal responde a la situación cambiaria con Argentina, pero los indicadores, tanto de turistas que llegan a

nuestro país, visitantes, como del gasto y del movimiento interno, indican una recuperación del sector.

Hay algunas dificultades en áreas geográficas o en subsectores sobre las que venimos trabajando. Las cifras del tercer trimestre cerrado, pleno invierno, en setiembre, son superiores ya no al 2019, último año de prepandemia, sino al 2017, que fue el mejor año de la década, en número de visitantes.

Por lo tanto, ¿que tenemos dificultades, que hay cosas que podemos mejorar, que hay que trabajarlas? Sin duda.

En cuanto a las promociones y lo que estamos trabajando en base a las propuestas de aquellos con quienes estamos todos los días en contacto, que son las cámaras y los operadores turísticos, podría decir que lo más importante que queda por definir es el tema del IVA tasa cero para uruguayos.

Las promociones para el turista, de que si viene no paga IVA, ya estaban en marcha, porque para el turista es transparente. Si es IVA tasa cero o es exonerado de IVA, quiere decir que el turista no paga IVA. La diferencia es para el empresario. Lo que se lograría de confirmarse lo que estamos patrocinando, porque entendemos la situación sobre todo de algunos subsectores, como decía, es un subsidio al empresario, que aparte de no cobrar IVA, va a poder descontar el IVA de sus compras. Es un subsidio directo. Si el beneficio alcanzara a los hoteles de dos y tres estrellas -estamos hablando en sentido figurado, porque lo de las estrellas hace mucho que en el Uruguay no existe: estoy hablando de ese nivel, para entender rápidamente- implicaría un costo de más de cuatro millones y medio, solo para la temporada. Si alcanzara a todos los hoteles, también a los cuatro y cinco estrellas, que creo que esos están bien, el costo sería de seis millones y medio.

Es decir, hay una inversión ahí, sin duda, pero no es que deje de recaudar porque haya una reasignación fiscal. No. Deja de recaudar, pero además tiene que pagar, desembolsar. La promoción de que en Uruguay el turista no paga impuestos, es lo mismo, es transparente. Todos estamos haciendo la publicidad, porque además está vigente, de que en Uruguay está exonerado de IVA en hotelería, de que hay una devolución del 9 % en gastronomía y exoneración también de los vehículos, los alquileres por inmobiliaria, el *tax free*, la devolución en las compras para los visitantes. Todas esas promociones son las que estamos haciendo. Es transparente.

El Ministerio hace promoción Uruguay y vende los distintos tipos de turismo que los trabaja por región. En lo particular, si hablamos de feria, de exposiciones, concurrimos con operadores, con gente de la cámara y con los gobiernos departamentales. Rocha, a través de la Corporación Rochense de Turismo, ha estado presente siempre en todos los eventos y ahí es donde hacemos la promoción más particular. Se hace promoción tanto para el turismo interno, a través de los medios tradicionales, como de los medios digitales, como hoy decía, incluyendo las posibilidades, a través de la web, de hacer paquetes ideales para dos, tres días y tenemos una plataforma digital en la que se puede entrar en la oferta y hacer clic en el destino que se quiera, llegar a la web del hotel y hacer la reserva.

Sobre el tema del puerto, como decía con respecto a los aeropuertos, esto es similar. Nos importa, somos directos beneficiarios o no de este tipo de infraestructuras, pero lamentablemente no es el Ministerio de Turismo el que define y el que tiene las herramientas para concretarlo, así que no tengo para este tema una respuesta concreta.

Sobre el hotel -de todo lo que usted dijo compartimos la preocupación mayor, los beneficios también, por supuesto, pero me parece que están en marcha-, se hizo primero

un llamado a expresiones de interés, se presentaron tres y, lamentablemente, ninguno de los tres calificó. Aún así seguimos adelante con una licitación que fue muy trabajosa, con todo lo que usted sabe, y no hubo oferentes. Uno oye rumores y si bien no venimos aquí a hablar de rumores, podemos decirles que lo que aparentemente ocurre es que no ha habido interés en hacer un desembolso tan importante en el terreno. Entonces, lo que tenemos es la expectativa de que pueda haber alguna iniciativa privada para que se pudiera desencadenar un nuevo proceso licitatorio, pero ya con un interesado; y si no, estudiaremos alternativas. Ahí dependemos de los privados; ha habido interesados y aparentemente los hay, pero no estaban dispuestos a comprar veintisiete hectáreas a un precio importante; de pronto viene una iniciativa privada por algo más chico, pero igualmente con los servicios. Cualquiera que comprara veintisiete hectáreas igual no las iba a utilizar todas, por lo menos de primera y en el proyecto en sí. De cualquier manera, siempre terminaríamos en una licitación -no tenemos otra forma-, pero es distinto que tengamos una iniciativa privada, porque ya partimos de un interés particular.

SEÑOR BAUDEAN (Roque).- Quiero decirle al señor diputado que, si bien entró el proyecto del centro de interpretación, hemos visto que en diferentes lugares del país el Ministerio, a lo largo del tiempo, ha hecho infraestructuras y cuando no existe la seguridad de que después alguien va a mantener esa infraestructura, es como tirar el dinero. No estamos diciendo que eso iba a pasar en Rocha; simplemente no lo creímos oportuno en el momento, entre otras razones, por eso.

En cuanto al tema del turismo, en Rocha -también lo estamos haciendo en muchos lugares del país, pero especialmente en Rocha- hemos llevado equipos de planeamiento estratégico, de marketing, y estamos apoyando muchísimo con fondos para hacer fotografía y filmaciones del departamento. Pienso que no hay fiesta en Rocha en la que no tenga nada que ver el Ministerio. También estamos trabajando con la OGD y estamos juntando esfuerzos; usted conoce mejor que yo su departamento y sabe que muchas veces es difícil unificar para que trabajen en conjunto. Si bien la OGD siempre había trabajado correctamente, en este momento nosotros tuvimos que hacer esfuerzos y estamos apoyando con recursos humanos, recursos económicos a diferentes centros comerciales o asociaciones. Hay un apoyo fuerte en lo que tiene que ver con recursos económicos, recursos humanos y con una presencia de planeamiento estratégico y *marketing* en territorio.

También estamos apoyando a los operadores, incluso subvencionándolos para que viajen al exterior, facilitando que los operadores más chicos puedan viajar. Recientemente, estuvo lo de Gramado y hubo gente que viajó con esas condiciones. El año pasado, también se puso buses a esos efectos.

En cuanto al tema de Uruguay, específicamente, o que Rocha es Uruguay, creo que es un tema en el que los rochenses se han fijado mucho, porque Rocha también trabaja con el mercado argentino. De hecho, hay hoteles que ya están llenos por toda la temporada, con argentinos. Eso me consta, así como que hay inmobiliarias que tienen muchas reservas y buenas previsiones para la temporada. Yo comparto que va a ser una buena temporada en Rocha también, pero hay veces que es difícil en un departamento que tiene frontera con Brasil, hacer que viva de espaldas a ese país. Así que también hemos hecho acciones de promoción del lado brasilero, justamente para beneficiar a Rocha, pero como siempre decimos, es muy importante que la Cámara Uruguaya de Turismo trabaje en conjunto con los privados en los distintos sectores, porque nosotros podemos generar una promoción o publicidad, pero si no está la oferta privada después, eso no alcanza.

En eso estamos concientizando; con gusto después podemos ampliar información en este sentido.

SEÑOR PRESIDENTE.- No me quedó clara la fecha de cuándo se va a lanzar la guía de inversiones.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En febrero.

SEÑOR PRESIDENTE.- Muchas gracias por haber venido, por las respuestas y por su tiempo.

(Se retiran de sala los señores ministro y subsecretario de Turismo, y asesores)

——Vamos a dar cuenta de los asuntos entrados.

Hay dos notas de la Junta Departamental de Maldonado: una versión taquigráfica de una exposición realizada por un señor edil con relación al Hotel Argentino, y otra versión taquigráfica de una exposición realizada por un señor edil en referencia a los números de turismo en los últimos diez años. Esto ya lo recibimos en el *mail*.

Por otro lado, damos entrada al proyecto de ley "Capital Nacional del Alfajor. (Se declara a la ciudad de Minas en el departamento de Lavalleja)".

SEÑORA REPRESENTANTE INZAURRALDE (Alexandra).- Este es un proyecto que para nosotros es muy importante porque el alfajor está asociado como un producto gastronómico de promoción turística en nuestro departamento.

Esta inquietud surge a partir del diálogo con la directora de Turismo; el proyecto fue mutando hasta darle esa asociación con el territorio de Minas, capital nacional del alfajor.

En el año 2010, tuvimos una instancia de récord Guiness en la que se elaboró el alfajor más grande del mundo. Eso generó un espíritu de emprendedurismo vinculado a este rubro.

Por lo tanto, no hay evento ni circunstancia que transite algún minuano en la que aquellos que son foráneos a nuestra ciudad, no nos asocien con los alfajores que los esperan en distintas circunstancias como agasajo o como obsequio. Nos representan y, por esa razón, creemos que nos debíamos este proyecto para declarar a Minas la capital nacional del alfajor.

Sobre esto que estamos expresando no competimos con ninguna otra localidad en el país.

SEÑOR PRESIDENTE.- Si no se hace uso de la palabra, se va a votar el proyecto relativo a: "Capital Nacional del Alfajor. (Se declara a la ciudad de Minas en el departamento de Lavalleja)".

(Se vota)

——Dos por la afirmativa: AFIRMATIVA. Unanimidad.

Se propone a la señora diputada Alexandra Inzaurralde como miembro informante.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

——No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.

≠